



Prima della sottoscrizione

U NIBOX: IL DISPOSITIVO AUTO
CHE TI PORTA DENTRO IL FUTURO.
SALI A BORDO.

ADVexpress 

Bam firma per UnipolSai una campagna che 'tiene il futuro ben presente'.

L'agenzia di Bassanetti, Alesani e Mauri spiega in una nota l'approccio strategico, consulenziale e soprattutto creativo con cui ha lavorato al progetto, le idee dalle quali ha preso il via la campagna e la scelta del testimonial.

Come già pubblicato da ADVexpress, dal 29 settembre **UnipolSai Assicurazioni** torna on air con **Bam** per riaffermare la propria leadership e capacità di innovazione, attraverso la creatività dell'agenzia di **Bassanetti, Alesani e Mauri** con cui collabora dal 2017.

L'agenzia in una nota sottolinea il lavoro svolto sul progetto, le idee dalle quali ha preso il via la campagna e la scelta del testimonial. Paolo Bassanetti: "È stata una sfida appassionante che ha messo alla prova molti aspetti peculiari del nostro mestiere: **strategico, consulenziale e soprattutto creativo**. Ci è stato chiesto di realizzare un format capace di esprimere sia aspetti istituzionali come la leadership e l'innovazione di UnipolSai, sia di prodotto, come le polizze auto all'avanguardia con la scatola nera Unibox e l'app di gestione. E tutto questo attraverso un messaggio che potesse funzionare in maniera trasversale tra **TV, web, radio e stampa**. Un esercizio tutt'altro che semplice che crediamo di essere riusciti a eseguire al meglio anche grazie all'apporto di tutti i professionisti che hanno partecipato al progetto. Il reparto marketing innanzitutto, ma anche i manager e i top manager del gruppo Unipol. Dal loro contributo, dai loro commenti e da mesi di lavoro fianco a fianco, ha preso vita questa nuova campagna di cui sono orgoglioso e che credo, come dice Gassmann, che sia davvero un passo avanti."

L'idea, spiega Umberto Mauri, "nasce dal concetto stesso di assicurazione. Ovvero pensare prima a ciò che può succedere poi. Abbiamo immaginato qualcuno in grado di prevedere il futuro: frenando in anticipo per evitare l'incidente con un manager distratto che, fissando lo smartphone, attraversa su un hoverboard, o cambiando parcheggio sapendo già che in quel posto, per qualche motivo, sarebbe caduto un lampione.

Ci sono poi altri soggetti di cui non posso ancora rivelare nulla. Abbiamo pensato che Alessandro Gassman, grazie alla sua bravura, credibilità e alla vena ironica, sarebbe stato il testimonial ideale per ricoprire questo ruolo.”

“La scelta del testimonial, come quella della colonna sonora”, interviene **Dario Alesani**, “secondo noi hanno dato un valore aggiunto importante a questo format. Ma devo rivelare che a monte c’è stato un grande lavoro: abbiamo esplorato molte strade prima di approdare al risultato finale. D’altronde, come ha detto non ricordo chi: se ci fosse solamente un modo “giusto” di fare una cosa, Fosbury non avrebbe mai fatto il suo salto e Björn Borg non avrebbe mai vinto Wimbledon.”

Con un mood autorevole e rassicurante e un raffinato trattamento cinematografico, la campagna proporrà **inizialmente 2 soggetti dedicati al mondo auto, ai quali si aggiungeranno nel 2020 nuovi annunci riguardanti altri ambiti di innovazione assicurativa di UnipolSai.**

Credits TV: Dario Alesani, Umberto Mauri, Gianluca De Vivo, Marco Cacciatore.

Digital: Vanessa di Cristino e Valentina Bussoni.

Radio: Copy Gianluca De Vivo.

Stampa: art Marco Cacciatore, copy Gianluca De Vivo.

<http://www.adcgroup.it/adv-express/creative-portfolio/advertising/bam-firma-per-unipolsai-una-campagna-che-tiene-il-futuro-ben-presente.html>



BAM crea la nuova campagna UnipolSai con Alessandro Gassmann.

L’agenzia parmigiana ha realizzato la nuova importante campagna multimedia della compagnia assicurativa che vede come testimonial Alessandro Gassmann.

C’è l’agenzia parmigiana BAM dietro alla nuova importante campagna multimedia di UnipolSai che ha

preso il via il 29 settembre ed ha come protagonista Alessandro Gassmann. L'agenzia pubblicitaria di Bassanetti, Alesani e Mauri, che dal 2017 collabora con la compagnia assicurativa da oltre 10 milioni di clienti e 2500 agenzie in Italia, è stata chiamata a realizzare un format capace di esprimere sia aspetti istituzionali - leadership e innovazione - sia di prodotto - polizze auto all'avanguardia con la scatola nera Unibox e l'app di gestione - attraverso un messaggio innovativo che potesse funzionare su TV, web, radio e stampa. Ne è nato il format "Sempre un passo avanti" che comunica la sicurezza di poter "scegliere veramente il futuro" attraverso le soluzioni di UnipolSai. "È stata una sfida appassionante che ci ha impegnato a lungo e ha messo alla prova molti aspetti peculiari del nostro mestiere: strategico, consulenziale e soprattutto creativo" ha commentato Paolo Bassanetti. "L'idea è partita dal concetto stesso di assicurazione - ha aggiunto Umberto Mauri - e cioè pensare prima a ciò che potrebbe succedere poi. Abbiamo immaginato qualcuno in grado di guardare avanti anticipando il futuro: frenando in anticipo per evitare l'incidente o cambiando parcheggio sapendo che in quel posto cadrà un lampione. Abbiamo pensato che Gassmann, grazie alla sua bravura, credibilità e alla vena ironica, sarebbe stato ideale per questo ruolo." "La scelta del testimonial, come quella della colonna sonora di forte impatto e memorabilità come "Whatever it takes" degli Imagine Dragons - ha concluso Dario Alesani - hanno dato un valore aggiunto importante a questo format ma a monte c'è stato un grande lavoro di preparazione". Sei mesi di creatività condivisa con i vertici del Gruppo e poi una produzione degli spot a tempo di record, per ottimizzare i costi e assecondare la disponibilità del testimonial, hanno portato alla definizione di una campagna di comunicazione tra le più importanti degli ultimi anni, che coinvolgerà tutti i media fino al 2020.

http://www.upi.pr.it/unione-parmense-degli-industriali/Articolo.jsp?cod_argom=AA19C078&tp_argom=36



Bam per UnipolSai: una campagna che tiene il futuro ben presente.

Dal 29 settembre UnipolSai Assicurazioni torna on-air con Bam per riaffermare la propria leadership e capacità di innovazione, attraverso la creatività dell'agenzia di Bassanetti, Alesani e Mauri con cui collabora dal 2017.

Paolo Bassanetti: "È stata una sfida appassionante che ha messo alla prova molti aspetti peculiari del nostro mestiere: strategico, consulenziale e soprattutto creativo.

Ci è stato chiesto di realizzare un format capace di esprimere sia aspetti istituzionali come la leadership e l'innovazione di UnipolSai, sia di prodotto, come le polizze auto all'avanguardia con la scatola nera Unibox e l'app di gestione. E tutto questo attraverso un messaggio che potesse funzionare in maniera trasversale tra TV, web, radio e stampa. Un esercizio tutt'altro che semplice che crediamo di essere riusciti a eseguire al meglio anche grazie all'apporto di tutti i professionisti che hanno partecipato al progetto. Il reparto marketing innanzitutto, ma anche i manager e i top manager del gruppo Unipol. Dal loro contributo, dai loro commenti e da mesi di lavoro fianco a fianco, ha preso vita questa nuova campagna di cui sono orgoglioso e che credo, come dice Gassmann, che sia davvero un passo avanti."

Parliamo per un attimo degli spot. Come nasce l'idea?

"Direi dal concetto stesso di assicurazione" risponde Umberto Mauri: "E cioè pensare prima a ciò che può succedere poi. Abbiamo immaginato qualcuno in grado di prevedere il futuro: frenando in anticipo per evitare l'incidente con un manager distratto che, fissando lo smartphone, attraversa su un hoverboard, o cambiando parcheggio sapendo già che in quel posto, per qualche motivo, sarebbe caduto un lampione. Ci sono poi altri soggetti di cui non posso ancora rivelare nulla. Abbiamo pensato che Alessandro Gassman, grazie alla sua bravura, credibilità e alla vena ironica, sarebbe stato il testimonial ideale per ricoprire questo ruolo."

"La scelta del testimonial, come quella della colonna sonora", interviene Dario Alesani, "secondo noi hanno dato un valore aggiunto importante a questo format. Ma devo rivelare che a monte c'è stato un grande lavoro: abbiamo esplorato molte strade prima di approdare al risultato finale. D'altronde, come ha detto non ricordo chi: se ci fosse solamente un modo "giusto" di fare una cosa, Fosbury non avrebbe mai fatto il

suo salto e Björn Borg non avrebbe mai vinto Wimbledon.”

Con un mood autorevole e rassicurante e un raffinato trattamento cinematografico, la campagna proporrà inizialmente 2 soggetti dedicati al mondo auto, ai quali si aggiungeranno nel 2020 nuovi annunci riguardanti altri ambiti di innovazione assicurativa di UnipolSai.

Credits TV: Dario Alesani, Umberto Mauri, Gianluca De Vivo, Marco Cacciatore. Digital: Vanessa di Cristino e Valentina Bussoni. Radio: Copy Gianluca De Vivo. Stampa: art Marco Cacciatore, copy Gianluca De Vivo.

<https://www.mediakey.tv/leggi-news/bam-per-unipolsai-una-campagna-che-tiene-il-futuro-ben-presente>



Bam per UnipolSai con Alessandro Gassmann: una campagna che tiene il futuro ben presente.

Dal 29 settembre **UnipolSai Assicurazioni** torna on-air con **Bam** per riaffermare la propria leadership e capacità di innovazione, attraverso la creatività dell'agenzia di **Bassanetti, Alesani e Mauri** con cui collabora dal 2017.

Paolo Bassanetti ha dichiarato: “È stata una sfida appassionante che ha messo alla prova molti aspetti peculiari del nostro mestiere: strategico, consulenziale e soprattutto creativo. Ci è stato chiesto di realizzare un format capace di esprimere sia aspetti istituzionali come la leadership e l'**innovazione di UnipolSai**, sia di prodotto, come le polizze auto all'avanguardia con la scatola nera Unibox e l'app di gestione. E tutto questo attraverso un messaggio che potesse funzionare in maniera trasversale tra TV, web, radio e stampa. Un esercizio tutt'altro che semplice che crediamo di essere riusciti a eseguire al meglio anche grazie all'apporto di tutti i professionisti che hanno partecipato al progetto. Il reparto marketing innanzitutto, ma anche i manager e i top manager del gruppo Unipol. Dal loro contributo, dai loro commenti e da mesi di lavoro fianco a fianco, ha preso vita questa nuova campagna di cui sono orgoglioso e che credo, come dice Gassmann, che sia davvero un passo avanti.”

Parliamo per un attimo degli spot. Come nasce l'idea?

“Direi dal concetto stesso di assicurazione” risponde Umberto Mauri: “E cioè pensare prima a ciò che può succedere poi. Abbiamo immaginato qualcuno in grado di prevedere il futuro: frenando in anticipo per evitare l'incidente con un manager distratto che, fissando lo smartphone, attraversa su un hoverboard, o cambiando parcheggio sapendo già che in quel posto, per qualche motivo, sarebbe caduto un lampione. Ci sono poi altri soggetti di cui non posso ancora rivelare nulla. Abbiamo pensato che **Alessandro Gassman**, grazie alla sua bravura, credibilità e alla vena ironica, sarebbe stato il testimonial ideale per ricoprire questo ruolo.”

“La scelta del testimonial, come quella della colonna sonora”, interviene **Dario Alesani**, “secondo noi hanno dato un valore aggiunto importante a questo format. Ma devo rivelare che a monte c'è stato un grande lavoro: abbiamo esplorato molte strade prima di approdare al risultato finale. D'altronde, come ha detto non ricordo chi: se ci fosse solamente un modo “giusto” di fare una cosa, Fosbury non avrebbe mai fatto il suo salto e Björn Borg non avrebbe mai vinto Wimbledon.”

Con un **mood autorevole e rassicurante** e un raffinato trattamento cinematografico, la campagna proporrà inizialmente 2 soggetti dedicati al mondo auto, ai quali si aggiungeranno nel 2020 nuovi annunci riguardanti altri ambiti di innovazione assicurativa di UnipolSai.

<https://www.uominedonnecomunicazione.com/bam-per-unipolsai-alessandro-gassmann/>



UnipolSai Assicurazioni torna on air con Alessandro Gassman per essere 'Sempre un passo avanti'.

Attraverso una creatività che coniuga elementi corporate e di prodotto, la campagna vuole comunicare la certezza per il cliente di poter **'scegliere veramente il futuro'** attraverso **UnipolSai**, la compagnia del Gruppo Unipol, assicurazione danni.

Un nuovo progetto di advertising per il quale UnipolSai ha scelto **Alessandro Gassmann**, testimonial e interprete della **capacità di saper anticipare il futuro, di essere 'sempre un passo avanti'**, tratto distintivo su cui fa leva il **concept creativo** della campagna per sottolineare l'autorevolezza, la competenza e l'affidabilità di UnipolSai e la sua offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici all'avanguardia.

La campagna, ideata dall'agenzia **BAM** e prodotta da **BRW Filmland**, con la regia di **Matteo Pellegrini** e la direzione della fotografia di **Paolo Caimi**, vede un'importante **pianificazione Tv** di spot da **30 e 15 secondi** su tutti i principali network nazionali, oltre alla presenza sui canali **digital, radio e stampa**, con una creatività integrata sui diversi mezzi.

<https://youmark.it/unipolsai-assicurazioni-torna-on-air-con-la-nuova-campagna-advertising-multimedia-sempr-un-passo-avanti/>



UnipolSai Assicurazioni, nuovi spot con Alessandro Gassmann. Il planning va a The Media Lab.

La campagna vede un'importante pianificazione tv di spot da 30 e 15 secondi su tutti i principali network nazionali, oltre alla presenza sui canali digitali, radio e stampa. Firma BAM.

UnipolSai Assicurazioni torna on air con la nuova campagna pubblicitaria multimediale "Sempre un passo avanti".

Attraverso una creatività che coniuga in modo elementi corporate e di prodotto, essa comunica la certezza per il cliente di poter "scegliere veramente il futuro" attraverso UnipolSai, la compagnia del Gruppo Unipol prima in Italia nell'assicurazione danni e nell'innovazione di prodotto e di servizio.

Un nuovo importante progetto per il quale l'azienda ha scelto **Alessandro Gassmann** come testimonial e interprete della capacità di saper anticipare il futuro, di essere "sempre un passo avanti", tratto distintivo su cui fa leva il concept creativo della campagna per sottolineare, al contempo, l'autorevolezza, la competenza e l'affidabilità di UnipolSai e la sua vocazione innovativa che si concretizza attraverso l'offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici all'avanguardia.

Due al momento i soggetti: la telematica auto di Unibox, il dispositivo satellitare legato alla polizza auto KM&Servizi, che offre una serie di funzionalità tra cui l'attivazione, in caso di bisogno, di carro attrezzi e soccorsi e che permette di modulare il premio in base allo stile di guida, e la App UnipolSai, con cui è possibile gestire direttamente da smartphone o tablet i dati dell'auto.

La campagna, ideata dall'agenzia **BAM** e prodotta da **BRW Filmland**, con la regia di Matteo Pellegrini e la direzione della fotografia di Paolo Caimi, **vede un'importante pianificazione tv di spot da 30 e 15 secondi su tutti i principali network nazionali, oltre alla presenza sui canali digitali, radio e stampa**, con una creatività integrata sui diversi mezzi. La pianificazione media è stata affidata **The Media Lab**, alla sua prima collaborazione con l'azienda. La colonna sonora è "Whatever it takes" degli Imagine Dragons.

Questo importante progetto pubblicitario nasce e si sviluppa all'interno degli obiettivi e del posizionamento definiti da UnipolSai e da tutto il Gruppo Unipol con il nuovo Piano Strategico 2019-2021 "Mission Evolve" e vuole dare un importante contributo alla crescita della raccolta premi e della redditività dei rami danni di UnipolSai.

<https://www.engage.it/campagne/unipolsai-assicurazioni-on-air-bam/201887#yVAe4jOLu9oi3mbu.97>

SPOT and WEB

Alessandro Gassmann testimonial di UnipolSai.

UnipolSai Assicurazioni torna on-air con la **nuova campagna advertising multimedia "Sempre un passo avanti"**.

Attraverso una creatività che coniuga in modo efficace elementi corporate e di prodotto, la campagna comunica la certezza per il cliente di poter **"scegliere veramente il futuro"** attraverso **UnipolSai**, la compagnia del Gruppo Unipol prima in Italia nell'assicurazione danni e nell'innovazione di prodotto e di servizio, con oltre 10 milioni di clienti, più di 4 milioni di scatole nere installate e 2500 agenzie in tutta Italia.

Un nuovo importante progetto di advertising per il quale UnipolSai ha scelto **Alessandro Gassmann**, testimonial d'eccezione e interprete della **capacità di saper anticipare il futuro, di essere "sempre un passo avanti"**, tratto distintivo su cui fa leva il **concept creativo** della campagna per sottolineare, al contempo, l'autorevolezza, la competenza e l'affidabilità di **UnipolSai** e la sua vocazione innovativa che si concretizza attraverso l'offerta di soluzioni assicurative combinate con servizi tecnologici all'avanguardia.

All'interno di scene di mobilità quotidiana, la creatività veicola il messaggio con la forza evocativa di situazioni imprevedibili in cui Gassmann sa **guardare avanti e anticipare davvero il futuro**. La stessa capacità di UnipolSai e di chi ogni giorno si affida alla compagnia per trovare risposte sempre più innovative alle proprie esigenze di sicurezza e protezione.

Con un mood autorevole e rassicurante e un raffinato trattamento cinematografico, la campagna propone al momento **due soggetti dedicati al mondo dell'automobile**, ai quali si aggiungeranno nel 2020 nuovi annunci riguardanti altri ambiti di innovazione assicurativa di UnipolSai.

La campagna, ideata dall'agenzia **BAM** e prodotta da **BRW Filmland**, con la regia di **Matteo Pellegrini** e la direzione della fotografia di **Paolo Caimi**, vede un'importante pianificazione TV di spot da 30 e 15 secondi su **tutti i principali network nazionali**, oltre alla presenza sui canali **digital, radio e stampa**, con una creatività integrata sui diversi mezzi.

In linea con la qualità e l'innovazione degli spot, UnipolSai ha scelto come **colonna sonora** una traccia mainstream di forte impatto e memorabilità di una delle band più seguite a livello mondiale: **"Whatever it takes" degli Imagine Dragons**.

Questo importante progetto di advertising nasce e si sviluppa all'interno degli obiettivi e del posizionamento definiti da UnipolSai e da tutto il Gruppo Unipol con il nuovo **Piano Strategico 2019-2021 "Mission Evolve"** e vuole dare un importante contributo alla crescita della raccolta premi e della redditività dei rami danni di UnipolSai.

<https://www.spotandweb.it/news/822902/alessandro-gassmann-testimonial-di-unipolsai.html>

Alessandro Gassmann per la campagna multimedia di UnipolSai.

Gli occhi penetranti di Alessandro Gassmann, scelto per la capacità di essere – grazie alla professionalità di attore e al suo riconosciuto fascino – “sempre un passo avanti”, sono il punto di forza della nuova campagna advertising multimedia di UnipolSai. Si tratta della prima campagna multimedia che la compagnia del Gruppo Unipol mette in campo dal 2015. Il concept “sempre un passo avanti” è il tratto distintivo su cui fa leva la compagnia, che con oltre 10 milioni di clienti è la prima in Italia, con più di 4 milioni di scatole nere installate e 2500 agenzie in tutto il Paese. UnipolSai veicola la sua vocazione innovativa sottolineando, allo stesso tempo, autorevolezza e affidabilità.

Gassmann si trova, nel trattamento cinematografico della campagna, in situazioni imprevedibili, che lo spingono a guardare avanti e anticipare davvero il futuro. Cosa che fa UnipolSai, trovando risposte innovative alle esigenze di sicurezza e protezione. Particolarmente preziose soprattutto in Italia, dove si registrano un numero impressionante di automobilisti senza alcuna assicurazione, il che costituisce un rischio elevato per ogni cittadino. I soggetti trattati nella campagna sono la telematica auto di Unibox, dispositivo satellitare legato alla polizza auto K&M Servizi, e l'AppUnipolSai, con cui gestire da smartphone i dati della propria automobile.

La campagna, ideata dall'agenzia Bam e prodotta da Brw Filland, con regia di Matteo Pellegrini e direzione della fotografia di Paolo Caimi, viene pianificata in spot tv da 30 e 15 secondi sui principali network nazionale, oltre che sui canali digital, radio e stampa, con creatività integrata per i vari mezzi. La colonna sonora è “Whatever it takes” degli Imagine Dragons.

<https://www.primaonline.it/2019/10/01/295067/alessandro-gassmann-per-la-campagna-multimedia-di-unipolsai/>